



Nachhaltigeres Obst und Gemüse:

Apeel verringert Lebensmittelverschwendung bei EDEKA und Netto Marken-Discount

- **Erfolgreicher Pilotversuch: Apeel halbiert die Abschriften bei Avocados – bei gleichzeitig spürbar steigenden Umsätzen**
- **Flächendeckende Einführung: Apeel-Avocados und -Orangen in bundesweit mehr als 11.000 EDEKA- und Netto-Märkten erhältlich**
- **Nachhaltigere Lieferkette: Rollout des Apeel-Verfahrens trägt signifikant zum Kampf gegen Foodwaste bei**

Hamburg, Deutschland, und Kalifornien, USA, 18. August 2020: Der EDEKA-Verbund und sein US-amerikanisches Partnerunternehmen Apeel bauen ihr gemeinsames Engagement gegen Lebensmittelverschwendung weiter aus. Wie erfolgreich sie damit sind, belegen nun die Ergebnisse eines umfangreichen Pilotversuchs in rund 2.900 ausgewählten Märkten von EDEKA und Netto Marken-Discount. Demnach ist die Menge der Avocados, die nicht mehr verkaufsfähig waren, dank des Einsatzes der Apeel-Schutzschicht auf pflanzlicher Basis signifikant um rund 50 Prozent gesunken. Zugleich konnte der Absatz dieser Produkte gesteigert werden – das Kundeninteresse nahm also spürbar zu. Nach dem erfolgreichen Test bietet der Unternehmensverbund die länger haltbaren Produkte von Apeel daher nun deutschlandweit in mehr als 11.000 EDEKA- und Netto-Märkten an. Darüber hinaus planen EDEKA und Apeel, ähnlich wie in den USA, zukünftig weitere Apeel-Produktkategorien einzuführen – Voraussetzung dafür ist die entsprechende Zulassung durch die EU-Behörden.

„Mit der bundesweiten Einführung von Apeel in unseren Märkten erreichen wir einen neuen Meilenstein bei der Zielsetzung, Lebensmittelabfälle und den Einsatz von Kunststoffverpackungen Schritt für Schritt zu verringern“, so Markus Mosa, Vorstandsvorsitzender der Hamburger EDEKA AG. „Wir unterstützen zudem unsere Kunden dabei, selbst einen aktiven Beitrag zu leisten, damit wertvolle Lebensmittel im Haushalt nicht in der Mülltonne landen.“



James Rogers, CEO von Apeel, ergänzt: „Wenn wir die Lösungen der Natur zur Bekämpfung der Lebensmittelverschwendung einsetzen, kommt dies allen zugute: dem Einzelhandel, den Kunden und auch der Umwelt. Der Erfolg von Apeel bei der Reduzierung der Lebensmittelverschwendung lässt erkennen, dass wir in ein Zeitalter der Nachhaltigkeit einsteigen, in dem auch die Unternehmen durch umweltpolitische Entscheidungen zur Rettung unseres Planeten beitragen. Die Reduktion von Foodwaste dient nicht nur der Ergebnisverbesserung im Handel, sondern ist auch ein wirksamer Beitrag gegen den Klimawandel.“

Überzeugende Ergebnisse bei Avocados

Der Pilotversuch mit Apeel umfasste rund 2.900 Märkte von EDEKA und Netto Marken-Discount. Hier wurden im ersten Halbjahr 2020 mit Apeel behandelte Avocados aus Chile und Peru angeboten. Über zwölf Wochen hinweg wurden relevante Zahlen wie die Abschriftenquote sowie Absatz- und Umsatzwerte erhoben und anschließend mit den Zahlen einer vergleichbaren Kontrollgruppe ohne Apeel-Produkte verglichen. Die Ergebnisse überzeugen auf ganzer Linie:

- In den Obst- und Gemüseabteilungen mit Apeel mussten insgesamt 50 Prozent weniger Avocados abgeschrieben werden.
- Apeel verhalf den Märkten zu einem 20-prozentigen Umsatzwachstum bei Avocados, das zum einen auf die geringeren Abschriften, zum anderen auf die erhöhte Kundennachfrage zurückzuführen ist.
- Mit Apeel behandelte Avocados erwiesen sich dank der Verfahrenstechnik (Avocados verlieren weniger Wasser und es dringt weniger Sauerstoff ein – beides sorgt im natürlichen Reifeprozess für eine längere Frische), Reifezeit und längerer Gesamthaltbarkeit als qualitativ überlegen.

Obst und Gemüse landet oft in der Tonne

In Deutschland werden jedes Jahr etwa zwölf Millionen Tonnen Lebensmittel entsorgt – das entspricht rund 75 Kilogramm pro Person¹. Studien zufolge fällt mehr als die Hälfte der

¹ BMEL Ernährungsreport (2020) und Thünen Institut: „Lebensmittelabfälle in Deutschland – Baseline 2015“ (2019)



Lebensmittelverluste in privaten Haushalten an². Dabei landen Obst und Gemüse mit 34 Prozent am häufigsten in der Abfalltonne. Das innovative Apeel-Verfahren hilft Händlern und Verbrauchern, auf einfache Weise einen wirkungsvollen Beitrag im Kampf gegen Foodwaste zu leisten. Aktuell sind Avocados sowie Orangen und Clementinen aus dem WWF-Projekt die ersten Apeel-Kategorien, die bei EDEKA und Netto Marken-Discount angeboten werden. Der EDEKA-Verbund plant in Kooperation mit seinen innovativen Lieferanten zukünftig weitere Apeel-Produktkategorien einzuführen.

Über Apeel Produce

Jedes Obst oder Gemüse, ob Erdbeeren oder Paprika, hat eine naturgegebene Schutzhaut oder -schale, um es möglichst lange frisch zu halten. Apeel besteht aus Stoffen, die von Natur aus in Früchten vorkommen. Diese werden als dünne „Extrahaut“ der Oberfläche von frischen Erzeugnissen hinzugefügt, um den Wasserverlust und die Oxidierung (zwei Faktoren, die die Verderblichkeit verursachen) zu verlangsamen. Mit Apeel behandeltes Obst und Gemüse bleibt viel länger frisch, also bleibt Ihnen mehr Zeit, es zu genießen, wenn es am besten schmeckt. Dadurch werden zudem viel weniger Lebensmittel und Geld verschwendet. Im Sinne der Lieferanten und des Einzelhandels erzeugt die Technologie von Apeel ein optimales Mikroklima im Inneren von Obst und Gemüse, erhält damit die Qualität und verlängert die Haltbarkeit und Transportfähigkeit – unter verringertem Einsatz von Kühlung und kontrollierter Atmosphäre.

Über Apeel

Apeel ist ein Unternehmen, das die weltweite Lebensmittelverschwendungskrise bekämpft, indem es die von der Natur zur Verfügung gestellten Werkzeuge zur Vermeidung von Verschwendung überhaupt nutzt — ein nachhaltiger Ansatz zur Erfüllung der steigenden Lebensmittelnachfrage der Welt. Die auf pflanzlicher Basis bestehende Technologie ermöglicht es Erzeugern, Lieferanten und Einzelhändlern, die Produktqualität und Haltbarkeit von Lebensmitteln aufrechtzuerhalten, sodass die Lebensmittelverschwendung vom Erzeuger über die Einzelhandelsregale bis hin zum Teller des Verbrauchers minimiert wird. Apeel wurde im Jahr 2012 im Rahmen einer Schenkung von der Bill & Melinda Gates Foundation gegründet, um dazu beizutragen, den Lebensmittelverlust nach der Ernte in Entwicklungsländern ohne Zugang zu Kühlanlagen zu reduzieren. Heute leisten Apeel-Formulierungen nachweislich einen wirksamen Beitrag zur Reduzierung der Verderblichkeitsraten dutzender von der USDA bio-zertifizierter und konventioneller Produktkategorien. Apeel arbeitet mit Partnern zusammen, angefangen bei Kleinbauern und lokalen Öko-Landwirten bis hin zu den größten Lebensmittelmarken und -einzelhändlern.

EDEKA – Deutschlands erfolgreichste Unternehmer-Initiative

Das Profil des mittelständisch und genossenschaftlich geprägten EDEKA-Verbands basiert auf dem erfolgreichen Zusammenspiel dreier Stufen: Bundesweit verleihen rund 3.700 selbstständige Kaufleute EDEKA ein Gesicht. Sie übernehmen auf Einzelhandelsebene die Rolle des Nahversorgers, der für Lebensmittelqualität und Genuss steht. Unterstützt werden sie von sieben regionalen Großhandelsbetrieben, die täglich frische Ware in die EDEKA-Märkte liefern und darüber hinaus von Vertriebs- bis zu Expansionsthemen an ihrer Seite stehen. Die Koordination der EDEKA-Strategie erfolgt in der Hamburger EDEKA-Zentrale. Sie steuert das nationale Warengeschäft ebenso wie die erfolgreiche Kampagne „Wir ♥ Lebensmittel“. Von hier erfolgen die Impulse zur Realisierung verbundübergreifender Ziele wie beispielsweise dem Schaffen durchgängiger IT-Strukturen oder zur Entwicklung zeitgemäßer Personalentwicklungs- und Qualifizierungskonzepte für den Einzelhandel. Mit dem Tochterunternehmen Netto Marken-Discount setzt sie darüber hinaus erfolgreiche Akzente im Discountgeschäft und rundet so das breite Leistungsspektrum des Unternehmensverbunds ab. EDEKA erzielte 2019 mit rund 11.200 Märkten und 381.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern einen Umsatz von 55,7 Mrd. Euro. Mit rund 18.300 Auszubildenden ist EDEKA einer der führenden Ausbilder in Deutschland.

² GfK: „Systematische Erfassung von Lebensmittelabfällen der privaten Haushalte in Deutschland“ (2017)

EDEKA Zentrale AG & Co. KG

Unternehmenskommunikation

New-York-Ring 6
22297 Hamburg

Telefon: +49 40 6377-2182
Fax: +49 40 6377-2971

E-Mail: presse@edeka.de
verbund.edeka.de

